

شركة ولادة حلم التجارية
BIRTH OF DREAM

استراتيجية
التسويق الرقمي للجهات غير الربحية ضمن مبادرة وقود

تواصل الخير

اهداء الى قروب
تواصل الخير الاصدار الاول



الفكر

نجاح أي حملة تسويقية

لإعداد استراتيجية التسويق لابد من فهم عميق لاحتياجات الجمهور



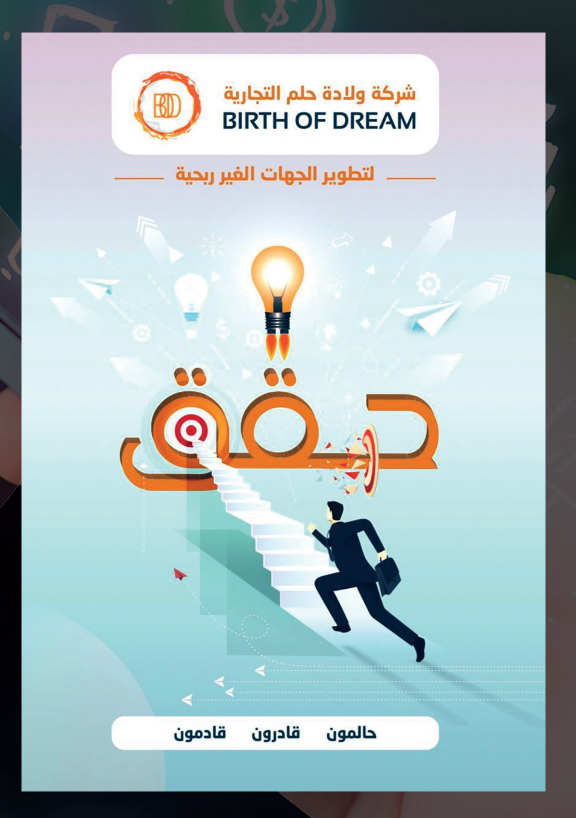
رحلة إعـداد
استراتيجيـة
التسـويـق

١-اختيار شعار لفظي للمنظمة



الهـــدف: الشعـــار يبقـــى لـه أثر أكثر من الاسم على المتلقي.

مثال شعارنا حقق





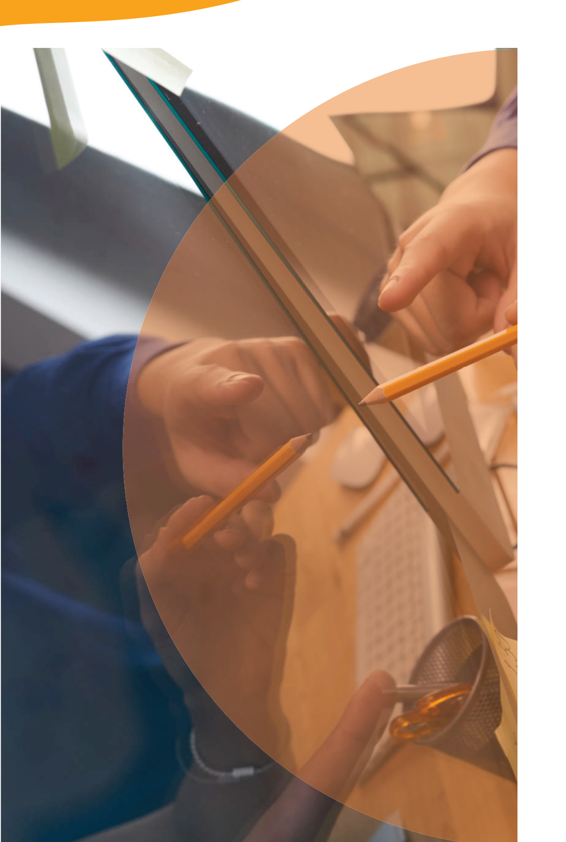


2-بيان الشعار وتعريفه لفهم معنى المتلقي.



مثال
ح حالمون
ق قادمون
ق قادرون
كلمات ولي العهد الأمير محمد بن سلمان


3-إعداد المحتوى المراد نشره



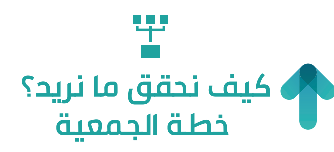


كيف أخطط للجمعية؟
التخطيط للجمعية يعني الأسئلة الآتية:





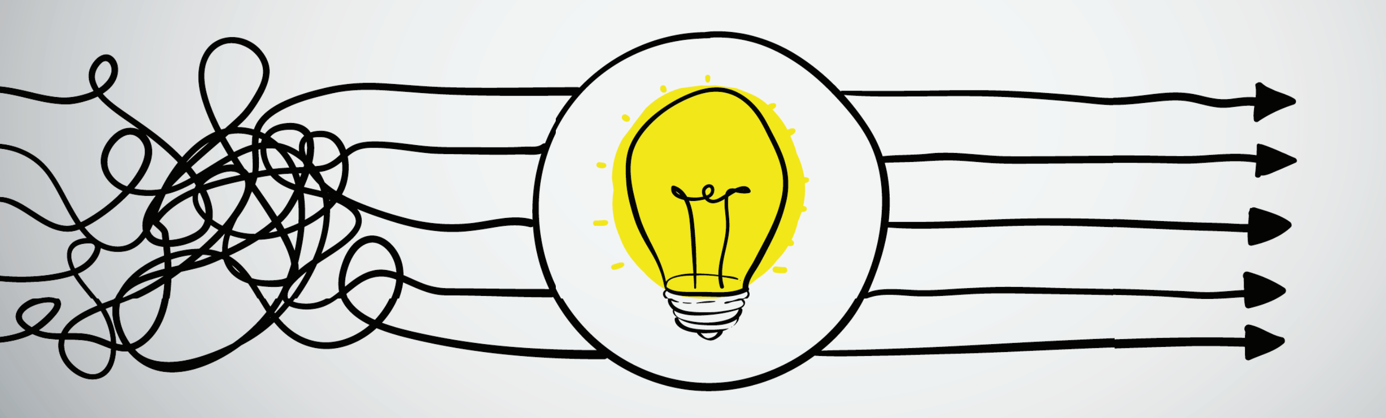





4- بيان بإثراء معرفي أو القضية
التي يعالجها أو بيان إنجـازات
أنجزتها المنظمـة لتعزيـــز
القيمـــة التسويقيـــة


مثال
حالمون
قادمون
قادرون
قادرون لتكوين
البنية
الاستراتيجية

الكروت التبسيطية







هي التصور المستقبلي الذي تريد
المنظمة أن تصل
إليه وهي ملخص لإبراز
أهدافها الاستراتيجية





ثانياً | التحليل الاستراتيجي

تحليل البيئة الداخلية والخارجية التي تعمل بها المنظمة لتحديد القضايا الرئيسية التي تعمل عليها المنظمة وذلك:
من خلال تحليل swot لنقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات
من خلال العوامل الداخلية (نقاط القوة – الضعف) والعوامل الخارجية (الفرص - التهديدات)

#من_أجل _التحقيق_بسط_المفاهيم



ثالثاً: الأهداف الاستراتيجية

هي مجموعة من الغايات التي تسعى المنظمة للوصول لها من أجل تحقيق الرؤية الاستراتيجية (يجب أن تكون الأهداف ذكية محددة - يمكن قياسها - يمكن تحقيقها - متفق عليها - ضمن إطار زمني مثال:

تمكين 400 جهة غير ربحية في الأربع جوانب



رابعاً:

مؤشرات الأداء الاستراتيجية
هي الوسيلة المستخدمة
لقياس مدى تقدم المنظمة
نحو تحقيق أهدافها الاستراتيجية



عدد الجهات التي تم تطويرها

#من_أجل_التحقيق_بسط_المفاهيم


خامساً:
المبــادرات الاســتراتيجيــة ما
يجب على المنظمة أن تقــوم
بتنفيذه من أجل تحقيق الأهداف
الاستراتيجية

مثال

مبادرة البناء المؤسسي وهي مبادرة تهدف إلى رفع كفاءة الجهات غير ربحية في أربعة جوانب

#من_أجل ـالتحقيق_بسط_المفاهيم





سادساً:

الكود الاستراتيجي عبارة عن أرقام لأهم الأهداف الاستراتيجية التي تعمل عليها المنظمة خلال خطتها الاستراتيجية

مثال



الكود الاستراتيجي (21 24)

1. ابتكار ٢٠ نظام إلكتروني للقطاع الثالث
2. تكـــوين **100** شراكـــــــة مجتمعيـــة
3. إصدار 20 كتاب يساهم في رفع القطاع
4. تمكين 400 جهـــــة غير ربحيــــــة

#من_أجل_التحقيق_بسط_المفاهيم

- يكمن الإبداع بعمل إثراء معرفي وبيان الإنجاز
- دلالات شعارك اللفظي



5

تصميم محتوى الحملة التسويقية والتركيز على أن يكون ٨٠٪ محتوى إثرائي (إنجازات - بيان أهمية القضية - نصيحة)





المســــوق الناجح من العوامـــل التي تساهم في نجاح العملية التسويقية والعمل وفـــــق آلية واضحة ومهام محددة.

ولابد أن يعمل المسوق وفق هذه الآلية.

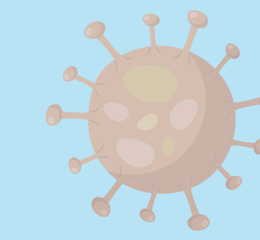




نصيحة

شرح وصـف المشكلة ، أهمية المشكلة والمطلوب معالجته

مثال





وصف المشكلة 01

قلة دخلهم المالي الذي لا يغطي احتياجات الأسرة الأساسية و الحاجة الماسة في استمرارية التعليم والتعلـــم وكـــسب مهارات مختلفة لأبناء الأسر المستفيدة والغيــر قـــادرة على توفير احتياجات الأبناء

المطلوب معالجتها 02

توفير أجهزة كمبيوتر وشرائح انترنت تسهل لهم التعليم والتعلم في مختلف المراحل الدراسية



أهمية المشكلة 03

المشكلة مهمة من ناحية هذه الشريحة وهم أبناء الأسر المستفيدة الذين يفتقدون القدرة على توفير المتطلبات الضرورية للأبناء من أجل تحسين مستوى التعليم



العواقب المستقبلية 04

أن لم يتم توفير لهم المتطلبات الضرورية وسد الفجوة الحاصلة في التعليم سيكون هناك ضعف في مستوى التعليم وعـــدم تحســـن مهارات الطلاب الـــذين هم بناة هذا الوطن المعطاء

20% إعلان مباشر

في الإعلان المباشر يمكن الإبداع في إيصال رسالة مباشرة للجمهور ويكون لها طابع الألوان والمحتوى حسب فئة الجمهور المستهدف
الطريقة المثلى لذلك إعلان عن الخدمة أو المبادرة
مثال






6
أن يحـــدد الـــمـــراد
تحقيقـــه من الحملة



سمعة



زيادة الإيرادات



تعزيز الهوية

ولكل منها مسار للعمل عليه من تحديد الأدوات
المناسبة لخدمة الهدف من الحملة





إعداد خطة تسويقية لاستراتيجية التسويق يكون كل ٣ أشهر



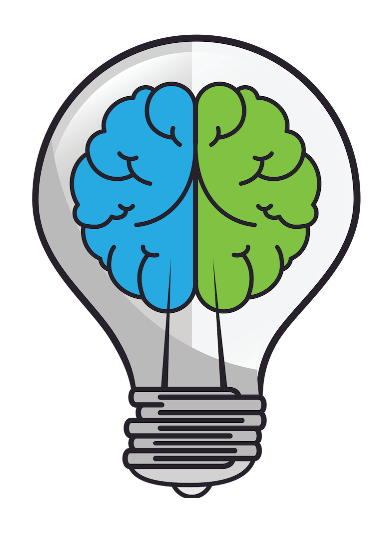
الهدف من ذلك

زيادة التأثير والنضج للاستراتيجية ويكون ذلك عن طريق









8

أن تكـــــون لديك مرونة في إحـداث تغيـــــر في الحملـــــــة التسويقيـــة



لابد أن يكون التغير إيجابي
ومقاس من التغذية الراجعة للحملة



9 تحديد القنوات الأكثر تـــأثير لجمهـــورك المستهـــدف

وأوقات النشر الأمثـــــــل والأعلـــــــى للمشاهـــدات فيها والأدوات المعززة لـذلك

عمـــــــل اختبار لتحـــــــديـــــــد الـــوقــت الأمثل.

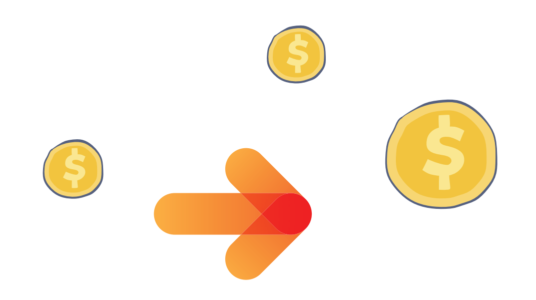
اختيـــــار القنـــــاة للنشـــــر والأفضـــــــــل تعدد القنوات (بريد إلكتروني - واتساب - محركات البحث - وسائل التواصل)

مثال

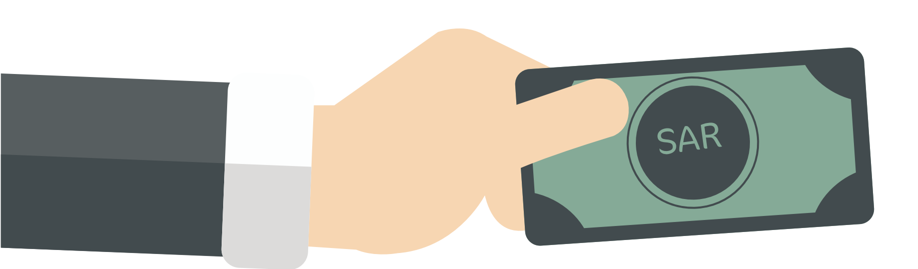
تم التسويق عن طريق الأدوات المعززة لذلك
(Google Ads- twitter Ads- face book Ads- whats app)
وجعل سفراء لك في كل منطقة.

مثال

- صور من معرض الجمعية النموذجية في الشركة
- ملتقـى الاستشارات وصنـاعـــــــــة المبـــــــادرات
- رسائـــــل الشكـــر وتجـــــــــــارب العمــــــــــلاء



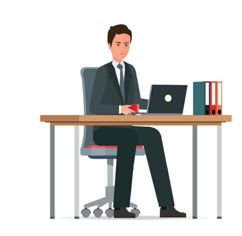
10 | تحديد الميزانيــة للإنفاق الشهري للحملة.




من قيمة ترويج
إعداد معرض
إعداد ملتقى
هدايا للسفراء
هدايا تسويقية
أو رواتب عاملين على الاستراتيجية التسويقية

11 | فريق العمل

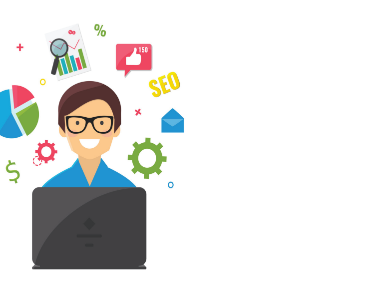




كاتب
محتوى إبداعي.



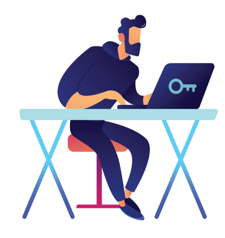
مسؤول
الحملات الاعلانية.



مسوق
رقمي.



مصمم
موشن جرافيك.



مصمم
جرافيك.



مسؤول
مجتمع.



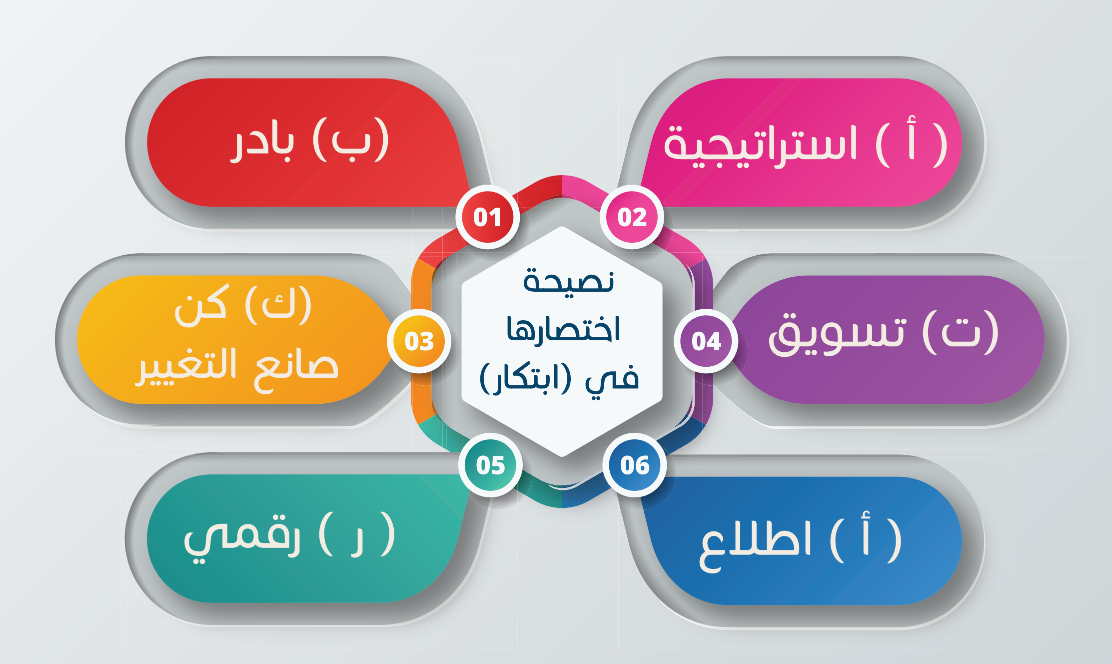
مختص
.SEO



12 | لا تقلد



نصيحة اختصارها في «ابتكار»



كل كلمة من الكلمات السابقة أساس لعملية التسويق



صناعة الاستراتيجية

هي فهم كل جزء في الاستراتيجية حتــى يكون لديك القدرة في وضع كل جزء في مكانه الصحيح مما يساهم في تحقيق نتائج إيجابية.



نموذج إعداد استراتيجية تسويقية

اسم الجهة	....
شعار الجهة	....
القطاع	....
الخدمات والبرامج	....
الهشتاق	#........





هدف الحملة



رسالة الحملة



الفئة المستهدفة



استراتيجية الاتصال



التكافل الاستراتيجي



الدعوة إلى إجراء



ملائمة الاستهداف



التكتيك



أثر الصورة الذهنية
على العلامة التجارية

10

إبرز قنوات الاتصال



التحليل الفني

يتم بعد كل شهر من انتهاء
مرحلة في استراتيجية التسويق .

نموذج التحليل الفني

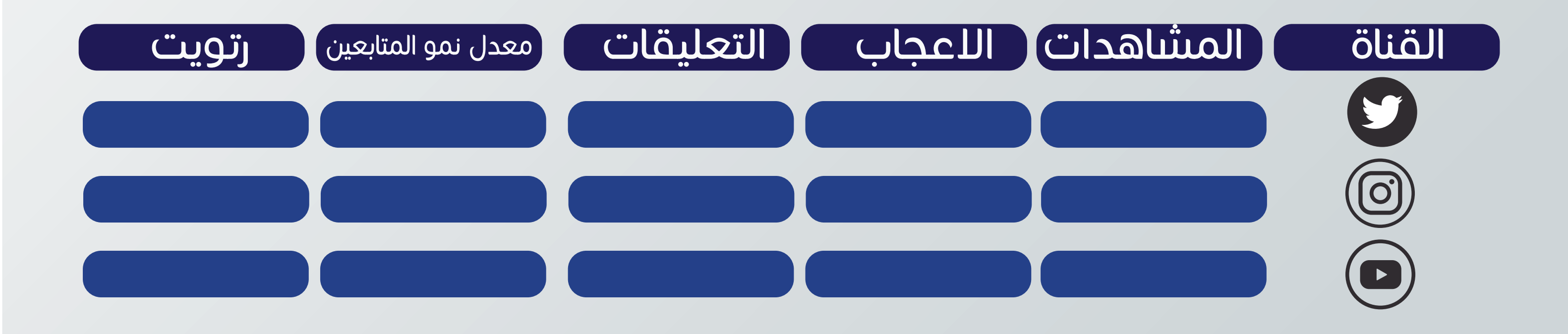




التحليل الرقمي
1
معدل الوصول
2
معدل التأثير والتفاعل



نموذج التحليل الرقمي



القناة	المشاهدات	الاعجاب	التعليقات	معدل نمو المتابعين	رتويت

الأدوات المستخدمة في التسويق



إرسال بريد أفضل



إنشاء وإطلاق حملات التسويق بالبريد الإلكتروني



إرسال إيميلات و إشعارات ورسائل إعادة تعيين كلمة المرور



تصميم إيميلات رائعة



توثيق عناوين البريد الإلكتروني



إدارة SEO



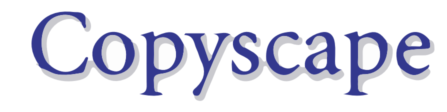


تجميع بيانات النقرات من كل منصة

فحص ترتيب موقعك فى نتائج البحث



استعراض قائمة البحث الخاصة بك



البحث عن نسخ لصفحتك على الويب



تدقيق الموقع الإلكتروني





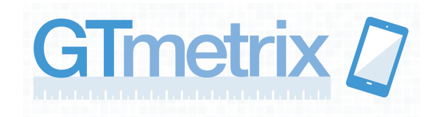
مقارنة الزيارات مع المنافسين



تحليل سلوك المستخدم على موقعك



فحص مدة تحميل الموقع



تحليل أداء الصفحات فى موقعك



تغذية العملاء المحتملين



DRIB

أتمتة حملات البريد الإلكتروني وتتبع العملاء



النوافذ المنبثة لجميع عناوين البريد
فى موقعك الإلكتروني



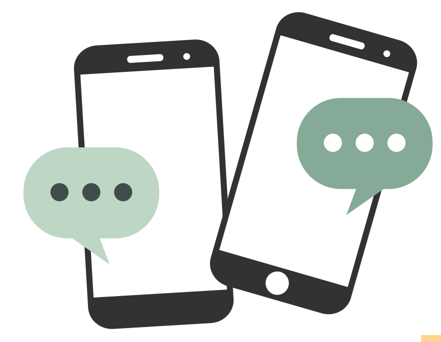
الحفاظ على العملاء المحتمــــلين
وجهات الاتصال والتواصل بالإيميل



برنامج تنظيم إدارة علاقات العملاء وإدارة
العملاء المحتملين



الجدولة والنشر





تخطيط وجدولة محتوى منصة انستقرام



جدولة منشورات منصات التواصل الاجتماعي وتحليل الاداء



جدولة ومراقبة النشاط على منصات التواصل الاجتماعي



إدارة عدة حسابات على منصة تويتر بشكل فعال جداً


KEY
WORDS
كلمات مفتاحية





أبحاث الكلمات المفتاحية



إيجاد الهاشتاغات للمنشورات



إيجاد أفكار للكلمات المفتاحية



بديل مخطط جوجل للكلمات المفتاحية





شركة ولادة حلم التجارية
BIRTH OF DREAM

admin@birthofdream
http://bod.com.sa. com
0126544705   0567771966
@birthofdream
مجمع ريفا للأعمال
شارع فؤاد شاكر- جده
المملكة العربية السعودية

إعداد
فريق ولادة حلم